

# L'IDENTITE NUMERIQUE

## Identité numérique/ E-réputation comme la définir ?

« L'identité numérique peut être définie comme la collection de traces (écrits, contenus audio ou vidéos, messages sur des forums, identifiants de connexion etc.) que nous laissons derrière nous **consciemment** ou **inconsciemment**, au fil de nos navigations sur le réseau » O. Ertzscheid, maître de conférence en SIC.

Chaque utilisateur des réseaux sociaux partage certaines données personnelles, et dispose, malgré lui ou pas, d'une véritable image publique numérique appelée « identité numérique ».



Il faut être attentif à ne laisser apparaître ou transparaître que ce qui semble raisonnable ou ce que chacun veut bien laisser ou montrer et se poser les questions suivantes : Cette image est-elle positive ? Est-elle proche de ce que je suis ? Correspond-elle à l'image que je veux donner de moi ?



Pour vérifier les informations qui circulent sur vous sur Internet, tapez votre nom

- dans un moteur de recherche (Google)
- dans un moteur de recherche de personne (site 1 2 3 people)
- sur les réseaux sociaux : Facebook, Flickr, Twitter, Youtube, MySpace
- sur les réseaux sociaux professionnels : LinkedIn, Viadeo

Notez dans le tableau ci-dessous les traces qui circulent sur vous :

Informations trouvées	Date de l'information

Quelles traces avez vous trouvées en majorité?

- ☑ des traces de l'identité légale : (nom, prénom, sexe, n° INE ...)
- ☑ des traces de l'identité personnelle : ( famille, amis, école, loisirs..)
- ☑ des traces de l'identité professionnelle (métier, stage...)

### Les traces et mémoires numériques :



: Brainstorming avec les élèves sur les différents outils qui enregistrent nos traces

Les objets numériques que nous utilisons enregistrent et traitent l'information. Chaque jour, nous laissons quantité d'indices, par le seul fait d'utiliser des cartes d'accès, de transport et de paiement ou tout autre terminal connecté à des réseaux (téléphone, Wi-Fi, GPS, Web).

Sur Internet, chaque connexion laisse des traces. Le système technique mémorise notre comportement. Les traces laissées par ce que nous publions (blogs, avis, commentaires, CV, photos partagées, tweets, contributions à des forums...) s'ajoutent aux traces laissées par les connexions qui signalent nos habitudes. Le tout forme un ensemble où il est difficile d'effacer quoi que ce soit.

Ces traces ont de la valeur : Facebook ou Google exploitent ces données : grâce à leurs immenses bases de données sur les internautes, elles peuvent cibler leur comportement. Les internautes deviennent consommateurs potentiels et ces données sont proposées à des annonceurs publicitaires ou à des sites partenaires.

Toutes nos activités sur le web laissent des traces, on parle aussi de traçabilité de l'individu qui est devenu une collection de traces. Certaines de ces traces sont intentionnelles (un mail, un commentaire, etc.), d'autres ne le sont pas. Elles sont techniques, automatiques (IP, cookies, navigation, requêtes) ou proviennent d'un tiers.



Les traces numériques peuvent être:

- **intentionnelles** (publiées) : message, photo, commentaire, évaluation, coordonnées. Ce sont les contenus générés par les utilisateurs eux-mêmes OU par un tiers (identité numérique passive)
- **non-intentionnelles** (techniques:) IP, cookies, historique de navigation (parcours), requêtes, préférences, achats, statistiques de connexion



Comment sommes-nous suivis à la trace ? Une enquête à mener avec les élèves :

<http://www.cnil.fr/vos-droits/vos-traces/>

**☒ Avec le numérique, les traces sont définitivement stockées, elles ne s'altèrent pas.**

- Notion d'hypermnésie du web :

Les traces numériques sont potentiellement indélébiles parce qu'elles sont reproductibles à l'infini ; ex la publication d'un statut sur Facebook implique son enregistrement sur un serveur en deux fois, le statut lui-même, et la copie de sauvegarde. De la même manière, taguer une photo revient à l'enregistrer à un autre endroit que son emplacement d'origine)=hypermnésie du web (L.Merzeau,2011)

- Notion de redocumentarisation

Par ailleurs, ces traces sont combinables par les grandes firmes : les données stockées, dupliquées, croisées par elles, forment alors des métadonnées qui permettent de profiler l'individu, on parle de redocumentarisation de l'individu.

Pour exemple, avec la géolocalisation :

- les données sont la longitude, la latitude, l'horaire et le nom du lieu
- les métadonnées sont comportementales : quel lieu pour faire quoi ?

Un moteur de recherche comment ça marche ?

Un moteur de recherche est un ensemble de logiciels visant à créer une gigantesque banque de données de pages et de documents, pour les mettre à disposition de l'internaute par la suite. Ces logiciels parcourent le Web, indexent automatiquement les pages visitées puis les analysent et renvoient les résultats qui leur semblent les plus pertinents par rapport à la demande préalable de l'internaute.

Trois étapes sont indispensables au bon fonctionnement d'un moteur de recherche :

- Dans un premier temps, la collecte d'informations (ou **crawl** ) grâce à des robots (également appelés **spiders**, **crawlers** ou agents ; sont des programmes de navigation visitant en permanence les pages web et leurs liens en vue d'indexer leurs contenus. Ils parcourent les liens hypertextes et reviennent périodiquement visiter les pages retenues pour prendre en compte leurs éventuelles modifications. des logiciels **explorent le Web** de lien en lien et **recupèrent les informations** contenues dans les pages Web.
- Ces informations sont ensuite **indexées** par des moteurs d'indexation, les termes répertoriés enrichissant un index – une base de données des mots contenus dans les pages – régulièrement mis à jour ;
- enfin, une interface de recherche permet de **restituer** des résultats aux utilisateurs en les classant par ordre de pertinence (phase dite de **ranking**) par rapport à la saisie de mots-clés. (source Olivier Andrieu)

La popularité d'une page (page ranking) dépend notamment de:

- ☒ du nombre d'internautes cliquant sur ce lien lorsqu'il lui est proposé
- ☒ du nombre de pages pointant vers cette page
- ☒ de la monétarisation éventuelle d'un mot-clé: en effet une entreprise peut acheter auprès du moteur de recherche, un ou plusieurs mots-clés de manière à améliorer son classement

Profilage de l'utilisateur et données ciblées :

### **Le profil de l'utilisateur et les résultats de recherche**

Un phénomène de personnalisation des résultats a lieu sans demande de la part de l'utilisateur et à son insu. Les informations cumulées sur son profil sont utilisées par les algorithmes de recherche afin de filtrer l'information selon ses choix précédents.

Ainsi, un internaute obtiendra des résultats de recherche différents selon son activité sur Internet et son historique de recherche. Cela crée une "bulle" de résultats personnalisée pour un utilisateur donné.

Par exemple , le moteur de recherche Google scanne les données personnelles dans un mail pour ensuite connaître le profil de l'utilisateur ☒ sur le web le produit c'est nous !

La régie publicitaire de Google 'Adword, affiche des annonces ou bannières publicitaires qui sont ciblées en fonction des mots-clés tapés par l'internaute ou en fonction de son comportement de navigation .

D'ailleurs avec Google il y a un empilement de services gratuits. On parle d'écosystème pour maintenir l'internaute dans le système Google.

A partir de cela, le moteur de recherche créer différents types de profils :un profil de consommateur, un profil culturel, un profil socioprofessionnel etc.

## Réfléchir à son comportement, quelles attitudes adopter ?

- Je publie, je réfléchis--> je respecte les principaux droits (droits au respect de la vie privée, droit d'auteur, droit à l'image...). Prendre conscience que tout ce qui sera publié pourra être utilisé à mon insu.
- Je gère mon profil et mes identités afin de les rendre positives ☑ je distingue vie privée et vie professionnelle sur Internet (usage de pseudo). Il est préférable de scinder l'identité numérique en plusieurs identités distinctes : professionnelle, amicale, familiale, personnelle.
- J'améliore ma visibilité sur la toile en soignant mon identité professionnelles. Les employeurs consultent de plus en plus souvent Internet pour chercher des traces laissées par les candidats à des postes de travail.
- Je n'oublie pas qu'une information laissée sur la toile est définitivement indexée et archivée. Il est très difficile de faire jouer le droit à l'oubli sur internet.
- Je sécurise mon compte et mes données



Revoir les paramètres de ses données sur les réseaux sociaux comme facebook

[http://www.internetsanscrainte.fr/pdf/Comment\\_regler\\_ses\\_parametres-Facebook.pdf](http://www.internetsanscrainte.fr/pdf/Comment_regler_ses_parametres-Facebook.pdf)

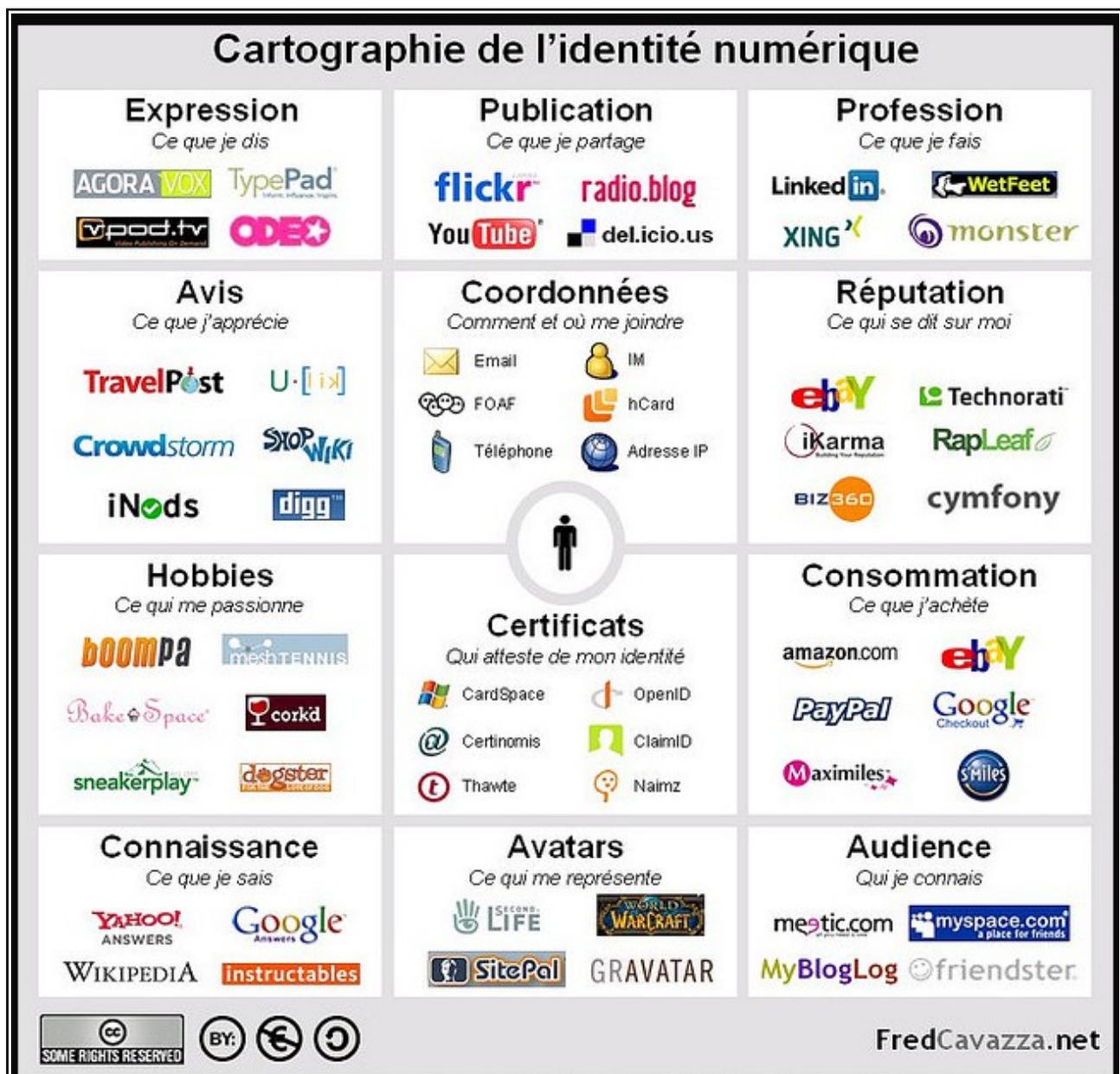
Travailler à partir de Serious Games pour comprendre les enjeux des réseaux sociaux :

<https://www.youtube.com/watch?v=y3aA4sVRnLw&list=UUBHdKBvHLhALV9Yb2lJgSoA>

<http://lewebpedagogique.com/surlefil/tag/identite-numerique/>

## Ressources :

Cartographie de l'identité numériques



Source : Fred Cavazza, Qu'est-ce que l'identité numérique, 2006

<http://www.fredcavazza.net/2006/10/22/qu-est-ce-que-l-identite-numerique/>

Synthèse de la notion sous forme de présentation dynamique.

<https://prezi.com/fnkptmfc6qqq/identite-numerique/>